



CEST

Centro de Estudos Sociedade e Tecnologia



Universidade de São Paulo

Boletim - Volume 7, Número 01, Fevereiro/2022

Memés, *strikes* por direitos autorais em redes sociais e propriedade intelectual.

Thiago Felipe Avanci

Plataformas como o Youtube usam filtros baseados em *machine learning* (ML) que, muitas vezes, automaticamente, com base de dados retirada a partir de amostra de áudio ou de vídeo, detectam o uso de conteúdo audiovisual de terceiros e, por vezes geram os famigerados “*strikes*” nos canais, impedindo monetização, bloqueando envio de vídeos e até cancelando a conta. Discute-se aqui o conceito de propriedade (notadamente intelectual) à luz destes desafios da automação produzidos pela inteligência artificial. São três fundamentos relativos ao direito autoral no eixo ocidental

(europeu/americano): o conceito clássico de propriedade; as revoluções liberais; e a revolução digital, abordando o plágio, a degeneração da marca e a “memeficação”.

A ideia de propriedade privada é consolidada na Idade Média, embora, desde Roma, o instituto da propriedade já lhes era natural. Aparentemente, de tão natural, não lhes foi objeto de preocupação em traçar conceitos profundos sobre o tema. A percepção de *dominium* e suas inerências estavam desde aquele tempo, em especial quando a temática se limita às *rei* corpóreas. Já havia um substrato de instituto jurídico sobre as propriedades incorpóreas, notadamente o direito autoral. No entanto, mais do que jurídico, o respeito pela obra publicada sempre esteve no plano ético. A máxima vale

até hoje: quando se replica o conteúdo produzido por outrem, dá-se o devido crédito ao autor.

Posterior à prensa de Gutenberg (1455) e às ideias iluministas (Séc. XVI), as Revoluções Liberais (Sécs. XVII e XVIII) modificaram a forma como se compreende a propriedade. A partir deste último evento histórico, a burguesia legou papel decisivo nesta questão do reconhecimento ao seu direito de propriedade. Esta mudança de eixo de poderes criou espaço para também se consolidar, na Inglaterra, o *Copyright Act* (1710), que protegia os editores contra a reprodução ilegal de seus impressos. Os autores viram-se protegidos apenas contemporaneamente à Revolução Francesa, com as primeiras legislações - na

França, na Dinamarca, nos Estados Unidos – as quais lhes legavam o direito de executar suas obras e de reproduzir seu conteúdo exclusivamente. Com a consolidação do capitalismo, enraizou-se o direito autoral, estendendo proteção a

obras de literatura, da academia e artísticas.

Da prensa *gutenberguiana* à internet, muito deve ser repensado quando a pauta é a propriedade intelectual. Destacam-se: (1.) o plágio, ou seja, a reprodução indevida de conteúdo elaborado por outrem; (2.) a degeneração da marca, processo pelo qual a marca associa-se de tal forma ao produto que o produto passa a ser conhecido pelo nome da marca, como substantivo comum e não próprio; e (3.) a “memeficação” (neologismo, cujo prefixo “meme” vem do grego, “mimema”, que significa imitar), ou seja, o ato de reproduzir conteúdo, normalmente por meio *online*, associado à humor, em escala e com difícil identificação do autor da expressão humorística. Note-se que o plágio é tão antigo quanto a própria história. No

Da prensa gutenberguiana à internet, muito deve ser repensado quando a pauta é a propriedade intelectual



entanto, no mundo digital há uma facilidade inédita de reprodução de conteúdo, ao toque de dois botões: “ctrl C, ctrl V”. Embora haja legislação específica que proteja o direito do autor, a aplicação de normativa sobre esta hipótese de violação torna-se bastante difícil considerando: o volume de conteúdo disponível online; o volume de violações efetivadas ao redor do mundo; a finalidade (nem sempre comercial e aparente) empregada pela reprodução indevida; e a dificuldade de medidas judiciais. Convém mencionar que, além de jurídica, a reprodução de conteúdo, sem mencionar o autor, é uma violação ética, uma das normas que se podem chamar de “netiquetas”. E a sanção à sua violação, quando descoberta pela comunidade *online* é, exemplificativamente: cobrar do violador providências para corrigir o malfeito; ou o legar a um “ostracismo digital” – comportamento muito visto em fóruns digitais.

Mais curioso é o comparativo entre a degeneração de marca vs. a “memeficação” vs. o plágio. No plágio, o violador usa o conteúdo autoral em seu próprio proveito, eliminando o real autor. Na degeneração de marca, há uma banalização da marca, pela qual esta se torna indissociável da coisa/produto (torna a marca em substantivo comum ou verbo, ex.: Google it – pesquise na internet; J&J Cotonete – haste flexível; Unilever Maizena – amido de milho). Pasquins, charges e grafites não são fenômenos novos, mas a “memeficação” se difere destas expressões na medida em que sua manifestação não é totalmente inédita e nem visa apropriar-se de conteúdo autoral.

Pela “memeficação”, há uma reprodução de conteúdo de terceiros em fac-símile, associados a texto ou a imagens, normalmente baseados em conteúdo de humor. Este fenômeno explodiu no mundo digital. Um dos casos mais emblemáticos é, sem dúvida, aquele em relação aos memes gerados a partir do filme “A Queda! As Últimas Horas de Hitler”, em que sua produtora Constantin, em um primeiro momento (2010), pretendeu remover da internet as paródias da icônica cena de Hitler na sala de situação, para, alguns anos

mais tarde, ceder ao processo de “memeficação” (e explorar o sucesso gerado pelo meme).

Hoje, filtros de detecção automático observam apenas um aspecto do direito autoral ligado à ideia histórica de propriedade. Não se nega que a propriedade autoral pertença ao seu autor, com todos os direitos a ela

Talvez [...] as punições perpetuadas por plataformas como o Youtube estejam ligadas a um aspecto antigo do direito do autor [...]

inerentes. Talvez os “strikes” automáticos e as punições perpetuadas por plataformas como o Youtube estejam ligadas a um aspecto antigo do direito do autor, o que merece atualização. Aqui se propõe que esta atualização sobre o tema direito do autor deve partir dos próprios detentores deste

direito. Ninguém melhor do que o detentor do direito autoral para perceber se um movimento digital em torno de uma propriedade intelectual pode ou não gerar lucro (ou prejuízo). Em suma, o uso de conteúdo autoral próprio por terceiros pode ser visto como uma oportunidade e não necessariamente como uma ameaça (framework SWOT); um filtro automático parece ainda ser incapaz de perceber quando há oportunidade em converter uma ameaça em uma oportunidade. Isso é gestão de marca e de lucro, algo que os estudiosos do direito não conseguem sempre atentar. Gestores, coloquem o lucro no fiel da balança!



Thiago Felipe Avanci
é Doutor em Direito pela
Universidade Presbiteriana
Mackenzie e pesquisador do
CEST-USP

Coordenador Acadêmico: Edison Spina

Este artigo resulta do trabalho de apuração e análise das autoras, não refletindo obrigatoriamente a opinião do CEST.